

Slimme sponsorsamenwerking zorgt voor lage jeugdcontributie

Juli 2015

Vereniging: BV Den Helder

Initiatief: Door sponsormogelijkheden in het bowlingcentrum worden de trainings- en toernooikosten van de jeugdleden verlaagd.

Bij de jeugdafdeling van BV Den Helder is een mooie samenwerking ontstaan tussen de vereniging en het bowlingcentrum. Het doel: het zo laag mogelijk houden van de kosten voor jeugdleden. Vanuit de vereniging is de lokale bowlingondernemer benaderd om reclameruimte vrij te geven ten behoeve van sponsoren van de jeugdafdeling.

Werkwijze

“Het initiatief werkt als volgt”, vertelt René Bais, voorzitter van Bowlingvereniging Den Helder. “De ondernemer geeft ruimte op de schermen vrij om logo’s en/of advertenties te tonen. De jeugdafdeling gaat zelf op zoek naar potentiële sponsoren. Het geld dat via de sponsoren binnenkomt wordt gebruikt om de baanhuur voor trainingen en deelname aan de NJTL te bekostigen.”

Een rekenvoorbeeld

Stel: de jeugd traint 100 uur op jaarbasis. De kosten zijn dan ongeveer 1000 euro voor de baanhuur. De kosten voor één jeugdteam in de NJTL zijn 300 euro. Totaal kost het seizoen 1300 euro. Bij tien sponsoren á 150 euro zijn alle kosten terugverdiend.

“Goede relatie met de klant van de toekomst”

Maar wat schiet de ondernemer ermee op om gratis reclameruimte aan de vereniging weg te geven? “Wanneer de kosten voor de jeugd laag zijn zal het voor meer kinderen interessant zijn om zich aan te melden bij de vereniging”, licht René Bais toe. “Meer jeugdleden tijdens trainingen betekent dat er meer wordt afgenomen in het bowlingcentrum; niet alleen door de kinderen zelf, maar ook door de ouders / verzorgers die met de jeugd meekomen. Daarnaast is de jeugd voor de ondernemer de klant van de toekomst en zo wordt in een vroeg stadium al een goede relatie opgebouwd.”

Jeugdafdeling zoekt zelf sponsoren

In het geval van zo’n samenwerkingsconstructie moet de ondernemer natuurlijk wel openstaan voor deze betrokkenheid bij en ondersteuning van de jeugdafdeling, maar dat is in Den Helder zeker het geval. Daar staat tegenover dat de investering verder weinig energie vraagt, omdat de jeugdafdeling zelf de sponsoren zoekt. “Bovendien”, voegt René Bais toe, “wanneer sponsoren eenmaal kennis hebben gemaakt met de ondernemer is er misschien nog ruimte om het pakket uit te breiden. Dat is dus ook voor het bowlingcentrum een voordeel!”

Voor meer informatie: René Bais, bowlingverenigingdenhelder@gmail.com